

PERAN STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM MENGANALISIS KEBERHASILAN UMKM TOKO KELONTONG PAK DEDE

**Athaillah Wahid Ramadhan¹⁾, Haikal Hersy Sainces²⁾, Aji Akhtar Aljunaid³⁾, Roni
Edward Utama⁴⁾**

^{1),2),3),4)}**Universitas Muhammadiyah Jakarta**

**Email : athaillahwahid.com@gmail.com¹⁾, haikalhersys@gmail.com²⁾,
ajiakhtar85@gmail.com³⁾, r.edwardutama@umj.ac.id⁴⁾**

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly grocery stores, play a strategic role in Indonesia's economy as providers of people's basic needs and as employment absorbers. This study aims to analyze the role of business feasibility studies in the success of Pak Dede's Grocery Store MSME, located on Ciater Raya, Jakarta. With a turnover of up to 10 million rupiah per month and operating for more than 5 years, this store demonstrates good business sustainability despite being managed without additional employees. This study uses a qualitative method with in-depth interviews with the business owner, Mr. Lintang Sumarsono, to explore aspects of the business feasibility study, including: market and marketing aspects, technical and operational aspects, financial aspects, legal aspects, as well as environmental and social aspects.*

Keywords: *Business Feasibility Study, MSMEs, Grocery Store, Business Strategy.*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya toko kelontong memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai penyedia kebutuhan pokok masyarakat dan penyerap tenaga kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran studi kelayakan bisnis dalam keberhasilan UMKM Toko Kelontong Pak Dede yang berlokasi di Ciater Raya, Jakarta. Dengan omzet mencapai 10 juta rupiah per bulan dan telah beroperasi lebih dari 5 tahun, toko ini menunjukkan keberlanjutan usaha yang baik meskipun dikelola tanpa karyawan tambahan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap pemilik usaha, Bapak Lintang Sumarsono, untuk mengeksplorasi aspek-aspek studi kelayakan bisnis yang mencakup: aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek keuangan, aspek hukum, serta aspek lingkungan dan sosial.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, UMKM, Toko Kelontong, Strategi Bisnis.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung dan sebagai pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satunya toko kelontong, toko kelontong sebagai unit usaha ritel tradisional memiliki karakteristik unik dalam menjalankan operasionalnya. Berbeda dengan minimarket modern yang memiliki sistem manajemen terstruktur dan modal besar, toko kelontong umumnya dikelola secara sederhana dengan modal terbatas, namun memiliki kedekatan emosional dan fleksibilitas dalam melayani kebutuhan masyarakat lokal. Keberadaan toko kelontong di tengah persaingan dengan ritel modern menunjukkan bahwa model usaha ini masih relevan dan memiliki segmen pasar tersendiri. Namun, untuk mencapai keberlanjutan dan keberhasilan usaha, setiap pelaku usaha termasuk toko kelontong perlu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis merupakan analisis komprehensif yang mencakup berbagai aspek seperti pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, keuangan, hukum, serta lingkungan dan sosial untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan dan memiliki prospek keberhasilan dalam menjalankan usaha ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Peran Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis (SKB) berperan sebagai jembatan fundamental antara ide bisnis yang ambisius dan realisasi investasi yang cerdas. Peran utamanya adalah sebagai penentu kelayakan dan dasar keputusan strategis yang mendalam, dalam menjalankan usaha layak atau tidaknya dijalankan. Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru sampai pada pengembangan. Arti dari studi kelayakan bisnis yaitu penelitian tentang layak tidaknya suatu proyek (biasanya tentang proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Dan ini memberikan gambaran komprehensif tentang aspek pasar, keuangan, teknis dan hukum, yang memungkinkan pengusaha membuat keputusan yang tepat, Menyusun rencana yang matang, menarik investor, dan mempermudah pengendalian bisnis di masa depan.

Manfaat utama studi kelayakan bisnis:

Mengurangi risiko, Membantu mengidentifikasi potensi risiko dan hambatan, sehingga kita bisa mengambil langkah dalam pengambilan keputusan dan memperkecil risiko yang terjadi.

- Mengukur kelayakan ide bisnis:
Memberikan dasar yang kuat dan menganalisis untuk menentukan apakah sebuah ide bisnis layak di kembangkan atau dijalankan untuk penentuan keberhasilan atau tidaknya dalam membuka sebuah usaha.
- Menyusun rencana yang matang:
Memudahkan perencanaan bisnis dengan memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang perlu disiapkan, dan menjalankan sebuah visi misi bisnis, seperti melakukan riset pasar, dan penyusunan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Serta proyeksi keuangan yang meliputi modal, biaya dan arus kas dan melakukan rencana manajemen risiko dan evaluasi berkala.
- Menarik investor:
Studi yang matang dan terstruktur menjadi alat penting untuk meyakini investor dan bank bahwa proyek yang dijalankan merupakan investasi yang menarik dan memiliki potensi keuntungan yang baik.
- Memudahkan pengendalian:
Membantu dalam mengawasi jalannya bisnis dan memudahkan perbaikan jika terjadi penyimpangan dari rencana awal. Serta mengatur setiap elemen manajemen agar tetap terarah dalam kegiatan yang dijalankan dan sebagai system controlling dalam sebuah usaha.
- Membuat keputusan yang tepat:
Memerlukan informasi yang relevan dan analisis yang kuat secara objektif untuk mengambil keputusan strategis dan mempertimbangkan berbagai alternatif solusi sebelum pengambilan keputusan. Dengan ini setiap Tindakan yang diambil harus selaras dalam kepentingan perusahaan, kebutuhan konsumen serta kondisi pasar yang selalu berubah, Maka dari itu sebuah bisnis harus bisa beradaptasi dengan perubahan zaman, serta memiliki peluang besar untuk berkembang dan mencapai tujuan yang diharapkan.
- Menganalisis Sebuah Keberhasilan Sebuah Usaha:
Dengan melakukan penelitian secara mendalam bertujuan menentukan kemanfaatan atau tidaknya usaha yang akan dijalankan. Keberhasilan usaha tidak hanya diukur dengan keuntungan finansial, tetapi perlu melihat berbagai aspek seperti pengelolaan manajemen, saluran pemasaran, efektivitas operasional, dan kebutuhan konsumen serta kepuasan pelanggan. Dalam melakukan analisis sebuah usaha perlu memahami berbagai

indikator seperti pertumbuhan penjualan, stabilitas arus kas, peningkatan jumlah pelanggan, hingga kemampuan dalam menghadapi pesaing-pesaing usaha lainnya. Dalam menganalisis sebuah keberhasilan suatu usaha, perlu melakukan mengumpulkan data dan informasi terkait kondisi internal dan eksternal usaha. Data internal dapat berupa laporan keuangan, struktur organisasi, biaya produksi, strategi pemasaran, dan sumber daya manusia yang digunakan. Sementara itu, data eksternal meliputi kondisi pasar, perilaku konsumen, tingkat persaingan dan perkembangan ekonomi. Dengan metode analisis seperti SWOT, analisis kelayakan finansial, dan pengukuran kinerja usaha, dan dapat menilai suatu usaha berada dalam kondisi sehat atau dalam masa perbaikan. Maka dari itu suatu usaha dikatakan berhasil jika di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Dan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang menjalakkannya, bagi investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) secara umum menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha yang memiliki modal awal sedikit, nilai kekayaan yang terbatas, serta jumlah tenaga kerja yang juga terbatas. UMKM biasanya merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak menjadi bagian dari perusahaan besar. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan membantu pemerataan pembangunan ekonomi. UMKM juga berorientasi pada pemanfaatan sumber daya lokal, dengan produk yang seringkali berbasis pada bakat dan karya tradisional daerah tersebut.

Selain itu, UMKM menjadi andalan pertumbuhan ekonomi suatu negara dan oleh karenanya harus mendapat kesempatan, dukungan, perlindungan, dan peningkatan yang luas sebagai bentuk keterpihakan terhadap ekonomi rakyat. Faktor keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh strategi pemasaran, modal usaha, lokasi usaha, dan perilaku pelaku usaha itu sendiri. Undang-Undang di Indonesia mengatur definisi UMKM dan kriteria usahanya, menegaskan UMKM sebagai bagian vital dalam perekonomian nasional.

Toko Kelontong

Toko Kelontong mencakup pengertian dan karakteristik toko kelontong sebagai usaha mikro yang menjual kebutuhan pokok dan barang sehari-hari secara eceran di lingkungan

permukiman. Toko kelontong biasanya memiliki skala kecil, beroperasi dengan jam buka panjang dan melayani konsumen secara langsung, berbeda dengan minimarket yang menerapkan sistem swalayan. Dari perspektif teori sosial, toko kelontong bisa dianalisis menggunakan paradigma definisi sosial karya Max Weber tentang kekuasaan dan struktur sosial, yang menggali pengalaman pemilik toko dalam menghadapi perkembangan teknologi dan persaingan dengan toko online maupun ritel modern. Secara lebih spesifik, toko kelontong merupakan bentuk usaha ritel tradisional yang pengelolaannya masih banyak bersifat manual dan belum terstruktur secara formal, mulai dari aspek keuangan hingga strategi pemasaran. Teori konstruksi sosial Peter Berger juga dapat digunakan untuk memahami bagaimana pedagang toko kelontong memaknai keberadaan toko ritel modern seperti minimarket dan Alfamart dalam kehidupan sosial mereka, yaitu bagaimana realitas subjektif dan objektif mempengaruhi perilaku dan strategi mereka dalam bertahan dan bersaing.

Selain itu, beberapa penelitian menekankan pentingnya strategi penjualan, pelayanan yang ramah, kebersihan toko, harga yang terjangkau, dan inovasi sebagai elemen kunci dalam manajemen toko kelontong agar dapat bersaing dengan toko modern dan memenuhi harapan pelanggan. Program pelatihan dan bimbingan manajemen juga dianggap penting untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing toko kelontong di era bisnis digital.

➤ **Aspek Studi Kelayakan Bisnis**

Aspek studi kelayakan bisnis secara banyak meliputi beberapa dimensi kunci yang biasanya digunakan untuk menilai apakah suatu usaha atau proyek layak untuk dijalankan. Berikut adalah penjelasan dari aspek-aspek utama tersebut:

➤ **Aspek Pasar**

Aspek ini berfokus pada analisis pasar untuk mengetahui potensi permintaan produk atau jasa, karakteristik pelanggan, kompetitor, serta tren industri. Studi kelayakan pasar mencakup riset pasar, validasi kebutuhan riil di pasar, segmentasi pelanggan, dan peluang pertumbuhan. Tujuannya adalah memastikan bahwa bisnis memiliki prospek pertumbuhan dan permintaan yang cukup untuk mendukung kelangsungan usaha.

➤ **Aspek Teknis**

Aspek teknis menilai kelayakan operasional bisnis, seperti lokasi usaha, bahan baku, teknologi produksi, proses manufaktur, dan fasilitas penunjang lain seperti kualitas dan transportasi. Evaluasi ini bertujuan memastikan bahwa sumber daya teknis yang dibutuhkan tersedia dan dapat mendukung kelancaran produksi atau layanan.

➤ **Aspek Keuangan**

Aspek keuangan fokus pada analisis biaya, pendapatan, dan potensi keuntungan bisnis. Ini termasuk proyeksi arus kas, estimasi investasi, pengembalian modal, serta analisis risiko keuangan. Kelayakan finansial menentukan apakah bisnis dapat menghasilkan keuntungan yang memadai untuk menutupi biaya operasional dan memberikan imbal hasil yang wajar kepada investor.

➤ **Aspek Manajemen**

Aspek ini mengkaji kemampuan tim manajemen maupun struktur organisasi dalam menjalankan bisnis. Penilaian dilakukan pada pengalaman, kapasitas, dan koordinasi pengelola bisnis, serta sistem kontrol manajemen yang diterapkan. Keberhasilan bisnis sangat bergantung pada kemampuan manajemen untuk mengelola sumber daya secara efektif dan adaptif.

➤ **Aspek Legalitas dan Hukum**

Aspek ini memeriksa kelengkapan perizinan, kepatuhan terhadap regulasi, dan aspek hukum lain yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha. Pastikan bisnis memenuhi semua peraturan yang berlaku agar terhindar dari risiko hukum yang dapat mengganggu operasional.

➤ **Aspek Sosial dan Lingkungan**

Beberapa studi kelayakan menilai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usaha. Ini penting untuk memastikan bahwa bisnis dapat diterima di masyarakat dan tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar.

Peluang dan tantangan dalam studi kelayakan toko kelontong dapat dijelaskan sebagai berikut:

➤ **Peluang Studi Kelayakan Toko Kelontong**

Toko kelontong memiliki peluang besar terutama di daerah dengan kepadatan penduduk tinggi karena kebutuhan sehari-hari yang terus meningkat, seperti makanan kemasan, sabun, dan obat-obatan.

➤ **Lokasi toko kelontong yang dekat dengan permukiman**

membuatnya lebih mudah dijangkau dan lebih nyaman bagi konsumen karena interaksi langsung dan negosiasi harga bisa dilakukan. Keberadaan toko kelontong yang sudah memperoleh legalitas usaha dan strategi pemasaran yang tepat berpotensi meningkatkan penjualan dan cakupan pasar.

Aspek keuangan juga menunjukkan peluang dengan proyeksi pengembalian modal yang baik, seperti nilai NPV positif, IRR yang lebih tinggi dibanding tingkat pengembalian minimum, dan payback period yang relatif singkat.

Toko kelontong juga relatif ramah lingkungan dan memberi dampak sosial positif, seperti membuka lapangan kerja dan mengurangi pengangguran di wilayah sekitar.

➤ **Tantangan Studi Kelayakan Toko Kelontong**

Persaingan dengan minimarket dan toko ritel modern serta platform belanja online yang lebih nyaman dan beragam menuntut toko kelontong untuk berinovasi dan mengelola usahanya dengan lebih profesional.

➤ **Risiko finansial harus diperhitungkan secara cermat**

khususnya terkait fluktuasi harga dan pembelian stok awal yang bisa mempengaruhi kelangsungan usaha.

Manajemen toko kelontong sering menjadi kendala karena masih banyak dikelola secara tradisional dan kurang pengetahuan dalam pemasaran serta pengelolaan keuangan yang terstruktur. Keterbatasan modal dan akses ke sumber daya teknologi modern bisa menjadi hambatan dalam adaptasi perubahan pasar dan peningkatan proses usaha. Selain itu, perizinan dan kepatuhan terhadap regulasi juga dapat menjadi tantangan administrasi yang mempengaruhi kelayakan usaha. Secara keseluruhan, studi kelayakan toko kelontong menunjukkan bahwa usaha ini sangat potensial terutama dengan dukungan aspek pasar yang kuat dan manajemen yang tepat, namun harus diwaspadai tantangan-tantangan seperti persaingan ketat, keterbatasan manajemen, dan risiko finansial yang harus diantisipasi dengan baik untuk memastikan kelangsungan dan keberhasilan usaha

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data dan tinjauan sistematis melalui review wawancara atau observasi yang dilakukan. Di dalam upaya ini, peneliti akan melakukan investigasi dari beragam sumber literatur, jurnal ilmiah, laporan penelitian dan dokumen dokumen terkait lainnya. Metodologi Kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis mendalam. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Kualitatif juga di tafsirkan sebagai penelitian yang mengarah pada pengkajian pada latar alamiah dari berbagai peristiwa sosial yang terjadi. Selain itu, kualitatif didefinisikan

sebagai jalan untuk menemukan serta menggambarkan suatu peristiwa secara naratif, (Denzin & Lincoln, 1994; Nazir, 2005; Somantri, 2005 dan Creswell, 2010).

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi era digital dan menentukan layak atau tidaknya usaha ini dijalankan. Metode kualitatif dipilih karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam Pembangunan usaha toko kelontong tersebut. Fokus penelitian ini adalah menggali informasi dari para informan terkait strategi, kebijakan, dan Langkah-langkah yang telah dan akan mereka terapkan untuk mengoptimalkan penggunaan analisis studi kelayakan dalam bisnis mereka.

Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan pendekatan kualitatif, maka Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan komunikasi langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka, sehingga yang diperoleh semakin lengkap dan mendalam serta berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Observasi

Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan tinjauan literal. Data yang peneliti jadikan sebagai referensi juga ditinjau ulang mengenai kualitas dari literatur serta mempertimbangkan metodologi penelitian dalam studi yang dikutip, dan juga memastikan bahwa temuan tersebut dapat dijadikan sebagai faktor pendukung yang berperan menjadi bukti empiris yang kuat

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Aspek Pasar dan Pemasaran

Penelitian ini membahas analisis studi kelayakan bisnis suatu usaha UMKM toko kelontong pak dede. Adanya fakta bahwa sektor Usaha Mikro Kecil Masyarakat (UMKM) adalah komponen ekonomi yang sangat penting, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko pak dede telah menjalankan usahanya

lebih dari 5 tahun di Kawasan ciater raya dengan omset bersih sekitar Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) per bulan.

Sebelum membuka usaha, pemilik melakukan survey sederhana terhadap kebutuhan pelanggan disekitar lokasi. Hal ini menunjukkan adanya Upaya memahami kondisi pasar sebelum memulai usaha produk yang dijual ditentukan berdasarkan kebutuhan pelanggan disekitar lingkungan toko, bukan sekedar meniru toko lain.

Penentuan harga dilakukan dengan menyesuaikan harga pesaing, namun dengan margin lebih kecil sekitar 50% (lima puluh persen) dibawah harga toko lain. Strategi ini menunjukkan adanya orientasi pada daya saing harga yang dapat menarik pelanggan lokal. Pendekatan ini efektif untuk menarik konsumen dari segmen menengah kebawah, terutama di kawasan pemukiman padat seperti ciater raya.

Dari aspek pemasaran, promosi dilakukan secara konvensional melalui pelayanan langsung dan hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori pemasaran usaha kecil yang menekankan pentingnya pendekatan personal dan kepercayaan pelanggan sebagai faktor utama keberhasilan dalam mempertahankan konsumen.

2) Aspek Teknis dan Operasional

Pemilihan lokasi usaha memperhatikan kemudahan akses serta area parkir bagi kendaraan pelanggan. Pertimbangan ini menunjukkan bahwa pemilik memahami pentingnya kenyamanan pelanggan sebagai faktor penunjang aktivitas jual beli. Dalam sistem pengelolaan operasional, pencatatan stok barang masih dilakukan secara manual, khususnya untuk kebutuhan pokok dan minuman. Meskipun belum menggunakan sistem digital, pemilik dan istrinya telah membagi tugas dengan jelas istri bertanggung jawab atas stok dan pencatatan, sedangkan bagian pengiriman dan operasional ditangani oleh Pak Ali. Pembagian tugas ini membantu menjaga efisiensi operasional meskipun tanpa karyawan tambahan.

Kendati demikian, pencatatan manual memiliki keterbatasan, terutama dalam memantau arus barang dan stok secara real time. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi digital di masa mendatang menjadi potensi pengembangan yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi pengelolaan stok.

3) Aspek Keuangan

Dari hasil wawancara, pemilik Toko Dede telah menghitung kebutuhan modal awal yang meliputi sewa ruko, biaya renovasi, dan perlengkapan toko. Selain itu, ia juga menghitung

biaya operasional bulanan dan perkiraan pendapatan harian yang berkisar antara Rp2,5 juta hingga Rp3 juta. Perhitungan ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap pengelolaan keuangan yang baik meskipun dilakukan secara sederhana. Pemilik juga memisahkan pencatatan keuangan pribadi dan keuangan toko, yang menunjukkan kedisiplinan dalam manajemen finansial. Namun, meskipun sudah memahami konsep perhitungan pendapatan dan biaya, belum terdapat perhitungan terperinci mengenai titik impas (BEP) secara formal. Hal ini umum terjadi pada usaha kecil yang mengandalkan pengalaman dan intuisi dalam pengambilan keputusan keuangan. Secara umum, kondisi keuangan Toko Dede dapat dikatakan stabil karena usaha telah berjalan lebih dari lima tahun dengan omzet yang konsisten dan margin keuntungan tetap positif setiap bulan.

4) Aspek Hukum

Dari segi legalitas, pemilik telah mengurus perizinan usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan memahami kewajiban perpajakan yang berkaitan dengan bangunan usaha. Meskipun belum sepenuhnya memahami aspek perpajakan secara mendalam, adanya kesadaran untuk mematuhi peraturan menunjukkan kepatuhan hukum yang baik.

Kepatuhan hukum menjadi aspek penting dalam studi kelayakan bisnis karena mempengaruhi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Legalitas yang lengkap juga dapat membuka peluang untuk pengembangan usaha, seperti kerja sama dengan distributor besar atau platform digital.

5) Aspek Lingkungan dan Sosial

Pemilik Toko Dede memperhatikan dampak lingkungan dengan cara mengumpulkan dan memilah sampah setiap hari serta bekerja sama dengan dinas lingkungan setempat. Ini menunjukkan tanggung jawab sosial terhadap kebersihan lingkungan sekitar.

Selain itu, toko juga terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat, seperti partisipasi dalam kegiatan tahunan sebanyak dua kali. Keterlibatan ini memperkuat hubungan sosial antara pemilik usaha dengan warga sekitar, sekaligus meningkatkan citra positif toko di lingkungan masyarakat.

6) Dampak dan Keberhasilan Usaha

Pemilik menyatakan bahwa analisis dan perencanaan bisnis sangat membantu dalam menentukan arah dan keberhasilan usaha. Melalui analisis modal, target konsumen, serta jenis barang yang dijual, pemilik mampu menyesuaikan strategi dengan kondisi pasar.

Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan usaha Toko Dede meliputi:

- Pelayanan maksimal kepada pelanggan.
- Perencanaan modal yang matang.
- Pemahaman terhadap target pasar lokal.

Kendala utama yang dihadapi adalah fluktuasi harga barang dan keterbatasan pasokan dari distributor. Contohnya, pada saat terjadi isu kelangkaan produk air mineral (Aqua), toko mengalami kesulitan dalam memenuhi permintaan pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya diversifikasi pemasok dan perencanaan stok yang lebih fleksibel. Untuk pengembangan ke depan, pemilik berencana memanfaatkan platform digital guna memperluas jangkauan pasar, dengan menggabungkan sistem penjualan offline dan online. Transformasi digital ini dinilai penting agar toko dapat bersaing dengan model bisnis ritel modern dan menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis terhadap berbagai aspek studi kelayakan bisnis, dapat disimpulkan bahwa Toko Dede merupakan usaha ritel kecil yang telah berjalan stabil dan memiliki prospek pengembangan yang baik di masa mendatang. Dari sisi pasar dan pemasaran, pemilik memiliki pemahaman yang baik terhadap kebutuhan pelanggan di lingkungan sekitar dan menerapkan strategi harga yang kompetitif. Aspek teknis dan operasional menunjukkan lokasi usaha yang strategis dan mendukung kenyamanan pelanggan, meskipun sistem pencatatan stok masih dilakukan secara manual. Dalam aspek keuangan, pengelolaan usaha dilakukan secara disiplin dengan pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta omzet yang stabil sekitar Rp10 juta per bulan. Dari sisi hukum, Toko Dede telah memiliki legalitas seperti NIB dan memahami kewajiban perpajakan. Selain itu, usaha ini juga menunjukkan tanggung jawab sosial dengan menjaga kebersihan lingkungan dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat.

Secara keseluruhan, Toko Dede dinilai layak untuk dikembangkan karena memiliki dasar manajemen yang baik, pelayanan yang maksimal, serta pemahaman pasar yang kuat. Namun, terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan. Pemilik disarankan untuk mulai memanfaatkan teknologi digital dalam pencatatan stok dan transaksi agar pengelolaan lebih efisien dan akurat. Dari segi keuangan, perlu dilakukan perhitungan titik impas (BEP) secara berkala untuk membantu pengambilan keputusan yang lebih tepat. Dalam aspek pemasaran, Toko Dede

sebaiknya memperluas promosi melalui media sosial dan marketplace guna menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain itu, perlu dilakukan diversifikasi pemasok agar ketersediaan barang tetap terjaga, serta peningkatan pengetahuan mengenai aturan pajak dan administrasi usaha untuk mendukung pengelolaan yang lebih profesional dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2005). *SMEs, growth, and poverty: Cross-country evidence*. *Journal of Economic Growth*, 10(3), 199–229.
<https://doi.org/10.1007/s10887-005-3533-5>
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Mckinsey & Company. (2020). *How Digitalization is Transforming SMEs in Asia*.
<https://www.mckinsey.com>
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). *E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 142–150.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
<https://www.weforum.org>
- Somantri, G. R. (2005). *Memahami metode kualitatif*. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57–65.
<https://journal.ui.ac.id/index.php/humanities/article/view/123>
- Tambunan, T. (2019). *Development of SMEs in ASEAN*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-981-13-3119-0>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). *Dorong UMKM naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi*.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Klikpajak. (2022). *Pengertian UMKM, kriteria, dan manfaatnya bagi perekonomian*

Indonesia.

<https://klikpajak.id/blog/usaha-kecil-dan-menengah/>

<https://drive.google.com/file/d/12Ngp7F1fw7meyJYScVOl0yMjXVmjrjV/view?usp=drivesdk>